

Modulhandbuch

Bachelor

Angewandte Medienwissenschaft

Studienordnungsversion: 2009

gültig für das Sommersemester 2019

Erstellt am: 02. Mai 2019
aus der POS Datenbank der TU Ilmenau
Herausgeber: Der Rektor der Technischen Universität Ilmenau
URN: urn:nbn:de:gbv:ilm1-mhb-13089

Inhaltsverzeichnis

Name des Moduls/Fachs	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	8.FS	9.FS	10.F	Ab- schluss	LP
Kompetenzfeld Kommunikations- und Medienwissenschaft											FP	69
Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft	2	2	0								PL	6
Medienentwicklung, Medienregulierung	4	0	0								PL 90min	4
Medienpsychologie, Medienkonzeption	4	0	0								PL 90min	4
Kommunikatorforschung		2	2	0							PL	7
Methoden der quantitativen Kommunikationsforschung		2	1	1							PL 60min	7
Methoden der qualitativen Kommunikationsforschung			1	1	1						PL	6
Produktforschung			2	2	0						PL	7
Statistik			2	1	1						PL 60min	7
Rezeptionsforschung				2	2	0					PL	7
Fachkommunikation / Technik-PR						2	1	1			PL 60min	7
Digitale Kommunikation							2	1	1		PL	7
Kompetenzfeld Berufsfeldorientierung und Schlüsselqualifikation											FP	72
Einführung in die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens	2	0	0								SL	4
Allgemeinsprache Englisch (C1)	0	2	0	0	2	0					PL	6
Kommunikationstraining				2	0	0					SL	2
Medienproduktion / Medienmanagement			1	1	0	1	2	0			PL	7
Organisationskommunikation / Journalismus			1	1	0	1	2	0			PL	7
Fachpraktikum						16					SL	23
Forschungsseminar						0	2	0			PL	7
Medienprojekt					2	10 h	120 h				PL 1	11
Praxiswerkstatt							0	2	1		SL	5
Kompetenzfeld Informations- und Medientechnik sowie Informatik											FP	28
Mathematisch-technische Grundlagen	2	2	0								SL	5
Angewandte Informationstechnik		2	2	0							PL 90min	4
Elektronische Dokumente		1	0	1							SL	2
Algorithmen und Programmierung			2	1	0						SL	4
Angewandte Medientechnik		2	2	0							PL	5
Multimedia-Tools				2	0	1					PL	4
Informations- und Kommunikationssysteme						2	1	0			PL 90min	4
Kompetenzfeld Medienwirtschaft und Medienrecht											FP	28
Marketing 1	2	0	0								PL 60min	2
Einführung in das Recht		2	0	0							SL 90min	2
Grundlagen der VWL		2	1	0							SL	3
Grundlagen der BWL			2	1	0						PL 90min	3
Einführung in das Medienrecht				2	1	0					PL 90min	3
Einführung in die Medienökonomie				2	0	0					PL 90min	2
Medienmanagement 1				2	0	0					SL	2
Projektmanagement						1	1	1			PL	7
Medienmanagement 2							2	1	0		PL	4
Bachelor-Arbeit, Kandidatenseminar und Kolloquium											FP	13
Bachelorarbeit							360 h				BA 6	13

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 8311

Prüfungsnummer: 2400241

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Martin Löffelholz

Leistungspunkte: 6			Workload (h):180			Anteil Selbststudium (h):135			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2552																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	2	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Vorlesung gibt einen einführenden Überblick über die zentralen Themen, Traditionen, Grundbegriffe und theoretischen Ansätze der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Die Inhalte der Vorlesung werden im Seminar vertieft. Dabei werden auch relevante Techniken wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt.

Vorkenntnisse

Keine

Inhalt

Ausgehend von einer Identifikation der Medien als Objekt wissenschaftlicher Beobachtung wird in historischer und systematischer Perspektive in den Gegenstandsbereich der Kommunikations- und Medienwissenschaft eingeführt. Darauf aufbauend werden Modelle zur Beschreibung medial vermittelter Kommunikation vergleichend analysiert sowie verschiedene soziologische Beobachtungsperspektiven der Medienwissenschaft vorgestellt. Dabei werden insbesondere Handlungs- und Systemtheorien, konstruktivistische Ansätze sowie die Cultural Studies einbezogen. Begleitend zur Vorlesung wird ein Seminar angeboten, bei dem teilnehmerorientierte Lehr- und Lernformen im Vordergrund stehen. Die Themen der Vorlesung werden durch Textarbeit vertiefend behandelt. Zudem werden – mittels Referaten – Präsentationstechniken eingeübt. Ein Reader mit den zu behandelnden Texten wird zu Beginn des Seminars angeboten.

Medienformen

Power-Point-Präsentationen, Reader

Literatur

Wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Medienentwicklung, Medienregulierung

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 7477

Prüfungsnummer: 2400251

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):75			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2551																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	4	0	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

für Medienentwicklung: - Verständnis aktueller und historischer Entwicklung der Medien für Medienregulierung:

Vorkenntnisse

für Medienentwicklung: - grundlegendes geschichtliches Wissen für Medienregulierung: - Grundwissen
Politisches System der Bundesrepublik

Inhalt

für Medienentwicklung: - Vermittlung eines Verständnisses der historischen und aktuellen Entwicklung der technischen Mittel der Kommunikation unter dem Blickwinkel von Medien als komplexe soziotechnische Systeme
- Darstellung des Zusammenhangs von Medien und Kommunikation - Entwicklung der technischen Mittel der Kommunikation (Buchdruck, Zeitungswesen, Fotografie, Kinematografie, optische und elektrische Telegrafie, Funktechnik, elektronische Netze) - Schwerpunkt: Entwicklung der elektrotechnisch- elektronischen Medien und ihr Einfluss auf traditionelle Medien für Medienregulierung: Kennlernen verschiedener grundlegender Formen der Fremd-, Ko-, und Selbstregulierung: (von der Zensur bis zur Ethik) im Medienbereich. Verstehen grundlegender normativer Spannungsfelder, die Regulierungsbedarf hervorrufen. Kennlernen aktueller Regulierungsbestimmungen, wichtiger Normquellen (Richtlinien, Gesetze, Verträge etc.) und nationaler und internationaler Akteure in den Bereichen Print-, Rundfunk- und Onlinemedien. Fähigkeit medienpolitische Probleme mit Hilfe eines entscheidungstheoretischen Ansatzes zu analysieren. Fähigkeit unterschiedliche Interessen zu identifizieren, grundlegende Leitprinzipien zu erkennen, sowie Ursachen und Konsequenzen von medienpolitischen Entscheidungen zu erkennen.

Medienformen

für Medienentwicklung: - Overheadfolien, Video, Arbeitsblätter für Medienregulierung: - Reader, Moodle-Materialien-Sammlung, Powerpoint-Präsentation auf Moodle

Literatur

für Medienentwicklung: Literaturauswahl Doelker, C. (1991) Kulturtechnik Fernsehen: Analyse eines Mediums. Faulstich, W. (2004) Grundwissen Medien. Monaco, J., Lindroth, D., Bock, H.-M. (2004) Film verstehen: Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Medien. Wilke, J. (1999) Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. für Medienregulierung: Hamm, Ingrid / Machill, Marcel (2001): Wer regiert das Internet? ICANN als Fallbeispiel für Global Internet Governance. Gütersloh: Bertelsmann-Stiftung. Holtz-Bacha, Christina (2005): Medienpolitik für Europa. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. Kepplinger, Hans Mathias (1989): Kommunikationspolitik. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main: Fischer, S.116-139. Puppis, Manuel (2007): Einführung in die Medienpolitik. Konstanz: UVK. Vowe, Gerhard (1999): Medienpolitik zwischen Freiheit, Gleichheit und Sicherheit. In: Publizistik 44 (4): S. 395-415. Vowe, Gerhard (2001): Medienpolitik: Regulierung der medialen öffentlichen Kommunikation. Ilmenau: IfMK. Zerdick, Axel/Picot, Arnold/Schrape, Klaus/Burgelmann, Jean-Claude et al. (Hrsg.) (2004): E-Merging Media. Kommunikation und Medienwirtschaft der Zukunft. Berlin u.a.: Springer.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Medienpsychologie, Medienkonzeption

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: unbekannt

Fachnummer: 7476

Prüfungsnummer: 2400250

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):75			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2554																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	4	0	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden lernen in der Vorlesung **"Medienpsychologie"**,

- welche Fragestellungen, Theorien, Methoden und Befunde in der Medienpsychologie einschlägig sind. Sie sollen dieses Wissen sachlich und sprachlich korrekt sowie wohlstrukturiert wiedergeben können.
- medienpsychologische Fachliteratur zu verstehen und sachverständig zu beurteilen.
- ihre eigenen alltagspsychologischen Vorstellungen von akademisch-psychologischer Analyse und Bewertung abzugrenzen und wissenschaftlich zu argumentieren.
- selbst medienpsychologische Fragestellungen zu formulieren und medienpsychologische Sachverhalte kritisch einzuschätzen.
- Studierende haben Freude an Medienpsychologie und entwickeln eigene Interessenschwerpunkte.

Die Studierenden lernen in der Vorlesung **"Medienkonzeption"**,

- welche Fragestellungen, Theorien, Methoden und Befunde in der design- und sozialwissenschaftlich fundierten Medienkonzeption von digitalen Medien einschlägig sind. Sie sollen dieses Wissen sachlich und sprachlich korrekt sowie wohlstrukturiert wiedergeben können.
- ihre intuitiven Konzeptionsideen für digitale Medien von wissenschaftlich begründeten Konzeptionsvorgaben abzugrenzen.
- vorliegende digitale Medienprodukte hinsichtlich ihrer Konzeption kritisch zu reflektieren.
- eigene Konzeptionsvorschläge systematisch zu entwickeln und zu begründen.
- Studierende haben Freude an Medienkonzeption und entwickeln erste eigene Interessenschwerpunkte.

Vorkenntnisse

Spezielle Vorkenntnisse sind für diese Grundlagen-Vorlesungen nicht notwendig.

Die Vorlesung "Medienkonzeption" baut auf die Vorlesung "Medienpsychologie" auf, die im selben Semester zu besuchen ist. Es wird eine vorlesungsbegleitende Bearbeitung von Studienmaterialien verlangt.

Inhalt

Die Vorlesung **"Medienpsychologie" (engl. Media Psychology)** führt ein in die psychologische Forschung zur Mediennutzung und Medienwirkung: Welche Gedanken und Gefühle, welche körperlichen Reaktionen und Verhaltensweisen treten bei unterschiedlichen Situationen und Kulturen vor, während und nach der Nutzung von Medien auf? Dabei werden "alte" Medien (Presse, Radio, Fernsehen, Musik etc.) sowie "neue" Medien (Computer, Internet, Handy etc.) einbezogen. Weitere Informationen zur Vorlesung Medienpsychologie sind auf der E-Learning-Plattform moodle im Raum "Medienpsychologie" zu finden: moodle2.tu-ilmenau.de

Die Vorlesung **"Medienkonzeption" (engl.: Media Design)** führt ein in die designwissenschaftlich und sozialwissenschaftlich fundierte Konzeption von digitalen Offline- und Online-Medien. Sie gliedert sich nach ausgewählten digitalen Medienangeboten (z.B. Powerpoint-Folien, Websites, multimediale Lernumgebungen, mobile Anwendungen) und entsprechenden Design-Disziplinen (z.B. Screen-Design, Web-Design, Instruktions-Design, Mobiles Design). Es ist zu beachten, dass die getrennt behandelten digitalen Medienangebote in der Praxis zunehmend integriert werden (Medienkonvergenz) und auch die entsprechenden Design-Disziplinen

zahlreiche Ueberschneidungen aufweisen. Die Medienkonzeption - im Sinne des systematischen und zielgerichteten Planens und Entwerfens eines Medienangebotes - ist der Medienproduktion und der Mediennutzung vorgeschaltet. Mediendesign bzw. Medienkonzeption umfasst den gesamten Entwurfsprozess und keinesfalls nur das "Verschoenern der Oberflaeche" eines Medienangebotes.

Medienformen

Basistexte, Uebungsaufgaben, e-Learning-Plattform moodle

Literatur

Einsehbar auf moodle2.tu-ilmenau.de

Detaillangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Kommunikatorforschung

Fachabschluss: mehrere Teilleistungen

Art der Notengebung: Generierte Noten

Sprache: Deutsch und Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 453

Prüfungsnummer: 240244

Fachverantwortlich: Dr. Andreas Schwarz

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):165			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2552																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	2	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Lehrveranstaltung ermöglicht es den Studierenden, die wichtigsten Theorien und Befunde der Kommunikatorforschung kennenzulernen. Darüber hinaus werden den Studierenden Einblicke in die Berufsfelder Journalismus, Public Relations und Werbung vermittelt. Darüber hinaus ermöglicht es die Lehrveranstaltung den Studierenden, wichtige Schritte des empirischen Forschungsprozesses nachzuvollziehen und auf konkrete Fragestellungen der Kommunikatorforschung anzuwenden. In dem begleitenden Seminar werden Kenntnisse über Rahmenbedingungen, Prozesse und Probleme journalistischen Arbeitens, der Public Relations und der Werbung vertiefend vermittelt.

This course assists you in getting to know the fundamental research approaches to communicator research as well as basic structures, strategies and vocational fields of public communication, particularly journalism, public relations and advertising. Furthermore, this course imparts basic knowledge on empirical social research and its application to practical problems. The seminar will focus particularly on constraints, processes and challenges in journalism, public relations and advertising.

Vorkenntnisse

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft

Basic knowledge of communication and media science

Inhalt

Die Vorlesung führt in die Kommunikatorforschung ein und behandelt vertiefend die spezifischen Felder der Kommunikatorforschung. In einem ersten Schritt lernen die Studenten die Grundlagen der Systemtheorie, Handlungstheorie und sozialintegrativer Theorien kennen. In einem zweiten Schritt werden die Berufs- und Forschungsfelder Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus und Werbung vorgestellt. Prof. Claus-Erich Boetzkes, Honorarprofessor am IfMK und Moderator der Tagesschau, gibt darüber hinaus Einblicke in die Berufspraxis des Journalisten. In dem begleitenden Seminar werden Kenntnisse über Rahmenbedingungen, Prozesse und Probleme journalistischen Arbeitens, der Public Relations und der Werbung vertiefend vermittelt.

The course offers an introduction to communicator research in general and selected fields of professional specialization. In a first step, students will acquire fundamentals of systems theory, theory of action and social integrative theories and discuss their application to communicator research. In a second step, students will analyze journalism, public relations and advertising with regard to theoretical approaches, findings and the status quo of the professions. Additionally, Prof. Claus-Erich Boetzkes, honorary professor at the IfMK and anchorman of the newscast "Tagesschau", will deliver insights into the daily work of journalists. The seminar will focus particularly on constraints, processes and challenges in journalism, public relations and advertising.

Medienformen

Wichtige studienbegleitende Materialien werden den Studierenden auf der E-Learning-Plattform moodle.tu-ilmenau.de zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus wird ein Semesterapparat in der Universitätsbibliothek Ilmenau eingerichtet. Weitere Informationen erhalten Sie in der Lehrveranstaltung.

All relevant course materials will be made available on the online learning platform moodle.tu-ilmenau.de. Additionally, the required readings and further literature can be found on a reference shelf in the library. Further information is given in the course.

Literatur

Wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

- alternative studienbegleitende Prüfungsleistung, zusammengesetzt aus 3/7 Klausur (45 min., Anmeldung notwendig) und 4/7 Seminarnote (30% mündliche Präsentation, 70% schriftliche Arbeit - Forschungsexposé)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Methoden der quantitativen Kommunikationsforschung

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 8315

Prüfungsnummer: 2400218

Fachverantwortlich: Dr. Christoph Kuhlmann

Leistungspunkte: 7

Workload (h): 210

Anteil Selbststudium (h): 165

SWS: 4.0

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien

Fachgebiet: 2551

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P			
				2	1	1																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen den Forschungsprozess und haben einen Überblick über die grundlegenden Methoden und Untersuchungsdesigns der empirischen Kommunikationsforschung. Sie haben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Umfrageforschung und sind in der Lage diese Methode der Datenerhebung zur Lösung von medienpraktischen- und kommunikationswissenschaftlichen Problemen zielgerichtet einzusetzen.

Vorkenntnisse

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft

Inhalt

Die Grundlagen der wichtigsten quantitativen empirischen Methoden der Kommunikationsforschung (Befragung, Beobachtung, Inhaltsanalyse) sowie der grundlegenden Untersuchungsdesigns (Querschnitt, Längsschnitt, Experiment) werden vermittelt. Das gewonnene Wissen über den Forschungsprozess und die Datenerhebung wird am Beispiel der Befragung in den Begleitseminaren in einem praktischen Forschungsprojekt angewendet.

Medienformen

Vorlesungspräsentationen; Online-Zusammenarbeit im Lehrprojekt

Literatur

Diekmann, Andreas (2006): Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 15. Aufl. Orig.-Ausg. - Reinbek: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag. Schnell, Rainer/Hill, Paul B./Esser, Elke (2005): Methoden der empirischen Sozialforschung. 7. völlig überarb., erw. Aufl. - München u.a.: Oldenbourg. Brosius, Bernd/Koschel, Friederike (2002): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. eine Einführung. Wiesbaden: VS.

Detailangaben zum Abschluss

Klausur (max. 100 Punkte)

max. 15 Bonuspunkte für Mitarbeit im Forschungsprojekt

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Methoden der qualitativen Kommunikationsforschung

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 8313

Prüfungsnummer: 2400253

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 6			Workload (h):180			Anteil Selbststudium (h):146			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2551																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							1	1	1																					

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, die wichtigsten qualitativen Methoden in konkreten Forschungszusammenhängen praktisch anzuwenden, die Methoden kritisch zu reflektieren und das mit solchen Methoden erhobene Untersuchungsmaterial zu interpretieren und zu bewerten.

Vorkenntnisse

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft; Grundkenntnisse Methoden der quantitativen empirischen Sozialforschung (insbes. Techniken der Datenerhebung)

Inhalt

Das Fach vermittelt Kenntnisse in der Anwendung qualitativer Methoden. Die Vorlesung vermittelt dabei grundlegende Kenntnisse über den qualitativen Forschungsprozess, qualitative Interviewtechniken, Beobachtung und Inhaltsanalyse sowie Gruppendiskussionen. In den begleitenden Seminaren und Praktika werden diese Kenntnisse an konkreten Anwendungen eingeübt.

Medienformen

Vorlesungspräsentationen, Übungsaufgaben

Literatur

Lamnek, Siegfried (2008): Qualitative Sozialforschung: Lehrbuch. Weinheim: Beltz Psychologie Verlags Union.
Mayring, Philipp (2008): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken (10. Auflage, erste Auflage 1983). Weinheim: Deutscher Studien Verlag.
Mikos, Lothar, & Wegener, Claudia (Hg.) (2005): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. UTB.
Strauss, Anselm L./Corbin, Juliet (1996): Grounded Theory: Grundlagen Qualitativer Sozialforschung. Weinheim: Psychologie Verlags Union.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Produktforschung

Fachabschluss: mehrere Teilleistungen

Art der Notengebung: Generierte Noten

Sprache: Deutsch, auf Nachfrage Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 1063

Prüfungsnummer: 240246

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Paul Klimsa

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):165			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2553																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2 2 0																							

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verstehen den theoretischen Ansatz der Medienproduktion (Klimsa/Krömker). Sie können für ausgewählte Anwendungsfelder aus verschiedenen Medienbranchen den analytischen Zusammenhang zwischen Content (Inhalte), Technik und Organisation aufzeigen und die Anwendbarkeit des theoretischen Ansatzes der Medienproduktion kritisch reflektieren.

Vorkenntnisse

Keine

Inhalt

Vom theoretischen Ansatz der Medienproduktion (Klimsa/Krömker) ausgehend, wird anhand von Beispielen aus verschiedenen Medienbranchen der analytische Zusammenhang zwischen Content (Inhalte), Technik und Organisation aufgezeigt. Die Prozesse der Globalisierung bzw. Internationalisierung und der Konvergenz von Medien werden als Einflussgrößen bei den jeweiligen Themen berücksichtigt. Behandelt werden folgende Themen:

1. Produktforschung: Der Zusammenhang von Content, Technik und Organisation
2. Produktionsprozesse der Medien
3. Konvergenz der Medien und des Content
4. Content Film: Gestaltungsmerkmale und Aussage
5. Content Fernsehen
6. Content Hörfunk
7. Content Presse
8. Content - Games: Computerspieltheorie, Spielindustrie und Spielgenre
9. Content - Web: Soziale Netzwerke
10. Content - Musik

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

H. Krömker, P. Klimsa (Hrsg.) Handbuch Medienproduktion. Weitere Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
 Bachelor Medientechnologie 2008
 Bachelor Medienwirtschaft 2009
 Bachelor Medienwirtschaft 2010

Statistik

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 8312

Prüfungsnummer: 2400252

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):165			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2554																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2 1 1																							

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden

- besitzen einen Ueberblick ueber das Feld der Forschungsstatistik.
- koennen quantitative Daten darstellen (z.B. in Tabellen und Grafiken), analysieren (v.a. mit Signifikanztests) und inhaltsbezogen korrekt interpretieren.
- koennen die grundlegenden Funktionen von Taschenrechnern und Statistik-Software (SPSS) zur quantitativen Datenanalyse anwenden.
- koennen Fehler und Manipulationen bei Statistiken erkennen.

Vorkenntnisse

Spezielle Vorkenntnisse sind fuer diese Grundlagen-Vorlesungen nicht notwendig.

Inhalt

Die **Statistik-Vorlesung** fuehrt ein in die Darstellung, Analyse und Interpretation quantitativer Daten. Statistik wird dabei explizit als Forschungsstatistik aufgefasst. Es geht um grundlegende Statistik-Kompetenz fuer Alltag, Studium/Wissenschaft und Beruf. Weitere Informationen zur Vorlesung "Statistik" sind auf der E-Learning-Plattform moodle im Bereich Medienkonzeption/Medienpsychologie im Moodle-Raum unter <http://www.moodle2.tu-ilmenau.de> zu finden.

...

Integraler Bestandteil der Lehrveranstaltung ist die Teilnahme an einer Versuchspersonenstunde.

Medienformen

Übungsaufgaben, e-Learning-Plattform moodle

Literatur

Einsehbar auf <http://moodle2.tu-ilmenau.de/>

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Rezeptionsforschung

Fachabschluss: mehrere Teilleistungen

Art der Notengebung: Generierte Noten

Sprache: Deutsch und Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 1053

Prüfungsnummer: 240248

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):165			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2551																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 2 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen Theorien, Ansätze und methodische Vorgehensweisen der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung. Sie kennen die wichtigsten kontinuierlichen Studien und die darin verwendeten Standardmaße der Mediennutzung. Sie sind in der Lage die Theorien sowie die Resultate dieser Studien für die Lösung von medienpraktischen und medienwissenschaftlichen Problemen zu nutzen und für die Konzeption von Forschungsprojekten einzusetzen.

Vorkenntnisse

Einführung in die Kommunikationswissenschaft
Methoden der quantitativen Kommunikationsforschung
Statistik

Inhalt

In der Vorlesung werden die Grundzüge der Mediennutzungs- und -wirkungsforschung gelehrt. Es wird erläutert, warum (bestimmte) Personen (bestimmte) Angebote der Massenmedien nutzen und welche Konsequenzen dies für Kognitionen, Emotionen, Einstellungen und Handlungen hat. Parallel zur Vorlesung werden vier Seminare (eines davon in englischer Sprache) angeboten. In diesen werden die jeweiligen Inhalte anhand der Lektüre und Diskussion von Texten vertieft und anhand von Beispielen eingeübt.

Medienformen

PPT-Präsentationen, studienbegleitende Unterlagen im entsprechenden Moodle-Kurs

Literatur

Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven. Konstanz: UVK. Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung II. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur. Konstanz: UVK. Jäckel, Michael (2008): Medienwirkungen: Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid (2005): Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln, Weimar, Wien: Böhlau. Meyen, Michael (2004): Mediennutzung: Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. Konstanz: UVK. Schenk, Michael (2007): Medienwirkungsforschung. 2. Aufl. Tübingen: Mohr. Schweiger, Wolfgang (2007): Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag.

Detailangaben zum Abschluss

Klausur zum Stoff der Vorlesung (max. 20% Multiple Choice, 100 Punkte)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2009
Bachelor Medienwirtschaft 2010
Bachelor Medienwirtschaft 2011

Fachkommunikation / Technik-PR

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 7522

Prüfungsnummer: 2400248

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Schweiger

Leistungspunkte: 7

Workload (h): 210

Anteil Selbststudium (h): 165

SWS: 4.0

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien

Fachgebiet: 2555

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																2	1	1												

Lernergebnisse / Kompetenzen

- Vertiefen von Kenntnissen und Fertigkeiten im Bereich der Werbe- und Kampagnenplanung und Public Relations - Kenntnisse über Ziele und Schwerpunkte der Online-Werbung und -PR - Kenntnis und Übung praxisrelevanter Werbe- und PR-Instrumente - Befähigung zur technikbezogenen Kommunikation mit Experten und Laien sowie Kenntnis der Voraussetzungen für einen erfolgreichen Wissenstransfer - Erlangen von Kenntnissen und Fertigkeiten in der Risiko-, Gesundheits- & Wissenschaftskommunikation - Vertiefen visueller und verbaler Fertigkeiten in der Organisations- und Fachkommunikation

Vorkenntnisse

Grundlagen der Kommunikationswissenschaft

Inhalt

- * Organisationskommunikation im Überblick – Akteure, Ziele, Instrumente
- * Werbung – Grundlagen, Medienwandel, Werbewirkungsforschung & Kampagnenevaluation
- * Public Relations – Grundlagen, ethische Debatten, Medienwandel, Interne Organisationskommunikation, PR-Evaluation & Kommunikations-Controlling
- * Anwendungsgebiete der Organisationskommunikation: technische Kommunikation, Risiko-/Umweltkommunikation, Gesundheits- & Wissenschaftskommunikation

Medienformen

Powerpoint-Präsentation, Video, Literatur

Literatur

Wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss**verwendet in folgenden Studiengängen:**

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Digitale Kommunikation

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 8314

Prüfungsnummer: 2400249

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):165			SWS:4.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2557																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																			2 1 1											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die theoretische und praktische Funktionsweise von digitalen Kommunikationsangeboten und können sie erklären. Sie können die Charakteristika digitaler Kommunikationsangebote herausstellen und systematisieren. Auf dieser Basis können sie die Chancen und Risiken digitaler Kommunikationsprozesse beurteilen. Zudem können sie bei der Planung von computervermittelten Kommunikationsprozessen den gezielten Einsatz digitaler Kommunikationsangebote bewusst entscheiden.

Vorkenntnisse

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft, Produktforschung/Medienproduktion, Kommunikationsforschung, Rezeptionsforschung, Medienmanagement, Medienpsychologie

Inhalt

Anhand ausgewählter Beispiele wird den Studierenden die Funktionsweise digital vermittelter Kommunikationsprozesse vor Augen geführt. Dabei werden die Prinzipien und Charakteristika digitaler Kommunikation herausgearbeitet. Zugleich werden die zentralen Begriffe der digitalen Kommunikation erörtert und interdisziplinär ausgedeutet. So wird der Begriff „Digitale Kommunikation“ in Erweiterung zur „Computervermittelten Kommunikation (CvK)“ eingeführt, indem er Phänomene der (parasozialen) Kommunikation zwischen Mensch und Maschine sowie des Informationsaustausches zwischen Maschinen einschließt. Aus dieser Perspektive werden dann verschiedene Kommunikationsmodelle kritisch betrachtet. Darüber hinaus wird besonders Wert auf ein interdisziplinäres Verständnis des Interaktivitätsbegriffes gelegt. Über eine eher nutzungsorientierte Sichtweise hinausgehend, werden die vielschichtigen Chancen und Risiken und daraus resultierende Fragen der Regulierung digitaler Kommunikation, der Herausbildung virtueller Gemeinschaften sowie der Wertschöpfung durch digitale Kommunikation thematisiert. Dies erfolgt insbesondere auch durch die bewusste Herstellung von Zusammenhängen zu den anderen Fächern des Studiengangs. Von besonderer Bedeutung für das gesamte Fach ist die praktische Auseinandersetzung mit digitaler Kommunikation. Die Veranstaltungen sind deshalb auch vom Einsatz digitaler Kommunikationsangebote (Podcasts, Blogs etc.) gekennzeichnet. Im Rahmen der Veranstaltung werden klassische Vorlesungen ergänzt durch so genannte Educasts, d.h. „elektronische Vorlesungen“. Im Seminar erhalten die Studierenden die Aufgabe, ganz konkrete digital vermittelte Kommunikationsprozesse zu analysieren, kritisch zu reflektieren und hinsichtlich ihres zukünftigen Einsatzpotentials bzw. besser geeigneter Alternativen zu bewerten. Veranstaltungsbegleitend führen die Studierenden ein E-Portfolio, in dessen Funktionsweise sie zu Beginn des Seminars eingeführt werden. Darin sollen sie sich mit dem Vorlesungsstoff auseinandersetzen und einen eigenen Standpunkt zu den zentralen Ansätzen im Bereich der „Digitalen Kommunikation“ entwickeln. Darüber hinaus sollen sie auch die Bearbeitung ihrer Seminaraufgabe digital dokumentieren. Die Bewertung dieses E-Portfolio bildet die Grundlage für die Abschlussnote in dem Fach.

Medienformen

Präsentation, Educasts (Videocasts), Weblog, Instant Messaging, Twitter

Literatur

Vorlesung

- Computernetzwerke, von Andrew Tanenbaum
- Computernetze, von Peterson und Davie

Seminar

- C. Meinel (2009). Digitale Kommunikation: Vernetzen, Multimedia, Sicherheit
- R. Grimm (2005). Digitale Kommunikation
- K. Beck (2006). Computervermittelte Kommunikation im Internet
- N. Döring (2003). Sozialpsychologie des Internet
- W. Schweiger (2010). Handbuch Online-Kommunikation

Detailangaben zum Abschluss

Der Leistungsnachweis erfolgt studienbegleitend durch eine Bewertung der Seminararbeit.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Einführung in die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens

Fachabschluss: Studienleistung alternativ

Art der Notengebung: Testat unbenotet

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 8321

Prüfungsnummer: 2400259

Fachverantwortlich: Dr. Andreas Schwarz

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):98			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2555																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	0	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden können wissenschaftliche Arbeiten planen und strukturieren. Sie kennen die Techniken von Recherche und wissenschaftlicher Aufbereitung von Material und Literatur und sind in der Lage die Ergebnisse in schriftlicher und mündlicher Form zu präsentieren.

Vorkenntnisse

Abiturwissen

Inhalt

Den Studierenden werden zu Beginn des Studiums wichtige Grundkenntnisse wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt, die als Handwerkszeug für das gesamte weitere Studiums von zentraler Bedeutung sind. Dabei handelt es sich um Planung und Strukturierung der Arbeitsabläufe, Recherche-Techniken, Umgang mit Quellen und Literatur und wissenschaftliches Präsentieren.

Medienformen

Vorlesungspräsentationen, Übungsaufgaben, Weblog

Literatur

Franck, Norbert (2004): Handbuch wissenschaftliches Arbeiten. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag. Kruse, Otto (1999): Keine Angst vor dem leeren Blatt: Ohne Schreibblockaden durchs Studium. 7. Aufl. Frankfurt am Main u.a.: Campus. Stry, Joachim (1997): Visualisieren: Ein Studien- und Praxisbuch. Berlin. Theisen, Manuel René (2005): Wissenschaftliches Arbeiten: Technik, Methodik, Form. 12. Aufl. München: Vahlen. Werder, Lutz von (1992): Kreatives Schreiben in den Wissenschaften. Berlin u.a.

Detaillangaben zum Abschluss

Zum Bestehen der Lehrveranstaltung müssen die Studierenden eine Reihe von Hausaufgaben, die in der Vorlesung erläutert werden, bearbeiten und über die Online-Plattform Moodle fristgerecht und vollständig einreichen.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Kommunikationstraining

Fachabschluss: Studienleistung alternativ

Art der Notengebung: Testat unbenotet

Sprache: Deutsch und Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganztätig

Fachnummer: 1058

Prüfungsnummer: 2400260

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 2			Workload (h):60			Anteil Selbststudium (h):38			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2554																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 0 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden können den Entwicklungsstand ihrer Soft Skills im Bereich der Selbst-, und Sozialkompetenzen beurteilen. Auf der Basis der in der Veranstaltung behandelten Übungen sind sie in der Lage, die Entwicklung ihrer Softskills bewußter und zielgerichteter zu gestalten.

Vorkenntnisse

Grundlegende berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten aus den medienpraktischen Anwendungen

Inhalt

Im Kommunikationstraining werden Schlüsselqualifikationen wie Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen gefördert. Schwerpunkte sind dabei die Anwendung und der Transfer der erworbenen Soft Skills auf das spezifische Fachwissen im beruflichen Kontext, wobei der inhaltliche Fokus variiert zwischen Zeitmanagement, Konflikt- und Verhandlungstraining, Gender-Kompetenz, Rhetorik sowie Präsentationstechniken. Das Fach ist wahlobligatorisch organisiert, d.h. die Studierenden können aus mehreren Angeboten mit z.T. unterschiedlichen Schwerpunkten wählen.

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltungen bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

- alternative studienbegleitende Prüfungsleistung, zusammengesetzt aus 3/7 Klausur (60min, Anmeldung notwendig) und 4/7 Seminarnote (30% mündliche Präsentation, 70% schriftliche Arbeit - Forschungsexposé).

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Medienproduktion / Medienmanagement

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: unbekannt

Fachnummer: 8318

Prüfungsnummer: 2400255

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):154			SWS:5.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2554																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							1 1 0			1 2 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verfügen über die wesentlichen theoretischen und methodischen Kenntnisse, um Problemstellungen eines thematisch eingegrenzten Berufsfeldes bearbeiten zu können. Sie sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse und instrumentellen Fertigkeiten auf kleinere praxisnahe Problemstellungen anzuwenden, Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln und hinsichtlich ihrer Güte zu bewerten. Einzelheiten zu den spezifischen Zielen der Angebote in dem Wahlpflichtfach können dem Bereich "Lehrveranstaltungen" im Webangebot des Instituts für Medien und Kommunikationswissenschaft entnommen werden.

Vorkenntnisse

grundlegendes kommunikationswissenschaftliches Fach- und Methodenwissen, wirtschaftswissenschaftliche Grundkenntnisse; medientechnische und informatisches Grundlagenwissen

Inhalt

In dem Fach werden berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten vermittelt und gefestigt. Die unterschiedlichen Themenstellungen adressieren den Bereich der Konzeption, Produktion sowie des Managements von Medien und decken dabei ein breites Spektrum von Berufen ab. Die in den Angeboten des Wahlpflichtfaches erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen bereiten die Studierenden auf nachfolgende Module/Fächer vor, insbesondere das Fachpraktikum, das Medienprojekt sowie die Praxiswerkstatt. Im Studienjahr 2009/2010 können die Studierenden aus folgenden Angeboten wählen:

- Mobile Medien
- Produktion interaktiver Medien
- Medienproduktion
- Virtuelle Welten

Einzelheiten zu den Inhalten dieser Angebote können dem Bereich "Lehrveranstaltungen" im Webangebot des Instituts für Medien und Kommunikationswissenschaft entnommen werden.

Medienformen

Power-Point-Präsentationen, Skripte, Social Software/Media zur kollaborativen Wissenserarbeitung

Literatur

Wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss**verwendet in folgenden Studiengängen:**

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Organisationskommunikation / Journalismus

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 8317

Prüfungsnummer: 2400254

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):154			SWS:5.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2554																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							1 1 0			1 2 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verfügen über die wesentlichen theoretischen und methodischen Kenntnisse, um Problemstellungen eines thematisch eingegrenzten Berufsfeldes bearbeiten zu können. Sie sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse und instrumentellen Fertigkeiten auf kleinere praxisnahe Problemstellungen anzuwenden, Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln und hinsichtlich ihrer Güte zu bewerten. Für die Angebote im Studienjahr 2009/2010 heißt das:

Organisationskommunikation:

Die Studierenden lernen die Arbeitsprozesse der Organisationskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit (synonym: Public Relations) kennen. Sie beschäftigen sich dabei insbesondere mit der strategischen Planung von PR-Kampagnen (PR-Konzeption) und erhalten einen Überblick über die Arbeitskontexte von Organisationskommunikation/PR (Strukturen, Organisation, Management, Kompetenzen, Tätigkeiten). Am Ende der Lehrveranstaltung sollen die Studierenden grundlegendes Handwerkszeug der PR kennen gelernt haben und anwenden können (Pressearbeit). Durch den zweiten Teil der Lehrveranstaltung soll die Herangehensweise an (und partielle Umsetzung) strategische Kommunikationsplanung eingeübt und in realen Settings angewendet werden. Dabei werden die Studierenden auch die Arbeitsweise von PR-Agenturen kennen lernen. Darüber hinaus sollen die TeilnehmerInnen die Relevanz kommunikationswissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden für das Arbeitsfeld der strategischen Kommunikation erkennen und nutzen.

Journalismus:

In der Veranstaltung werden die Grundregeln der journalistischen Arbeit sowie wichtige Rahmenbedingungen des journalistischen Handelns vermittelt. Zudem lernen die Studierenden im Rahmen des Onlinelehrmediums "medienbewusst.de" praxisnah die Alltagsarbeit in einer Onlineredaktion kennen - sowohl redaktionell-inhaltlich als auch auf der Organisationsebene. Die Teilnehmer erwerben damit Schlüsselqualifikationen für Tätigkeiten in Journalismus, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung.

Innovatives Wissensmanagement in Organisationen:

Die Studierenden werden in der Lage sein, ein Basis- und Überblickswissen über Social Media darzustellen. Dabei werden sie unterschiedliche Online-Werkzeuge und deren Eigenschaften sowie deren Handhabung in konkreten Anwendungskontexten kennen und einschätzen. Die Studierenden werden in der Lage sein, technisch-didaktische Einsatzkonzepte für Social Media zu entwerfen und deren mögliche Einführung anhand kurzer, dramaturgisch aufbereiteter Medienprodukte zu unterstützen. Die Studierenden werden in der Lage sein, forschungsmethodische Zusammenhänge zu erfassen, indem sie begleitend Erhebungsinstrumente entwickeln und einsetzen.

Vorkenntnisse

grundlegendes kommunikationswissenschaftliches Fach- und Methodenwissen, wirtschaftswissenschaftliche Grundkenntnisse Freude am Formulieren (sprachliches Gespür) und Recherchieren, Grundlagen des Journalismus und seiner Darstellungsformen Diskussionsvermögen und Teamdenken; Grundkenntnisse im Bereich der Medienkonzeption und -produktion

Inhalt

In dem Fach werden berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten vermittelt und gefestigt. Die unterschiedlichen Themenstellungen adressieren den Bereich der Organisationskommunikation bzw. des (Fach-)Journalismus und decken dabei ein breites Spektrum von Medienberufen ab. Die in den Angeboten des Wahlpflichtfaches erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen bereiten die Studierenden auf nachfolgende Module/Fächer vor, insbesondere das Fachpraktikum, das Medienprojekt sowie die Praxiswerkstatt. Im Studienjahr 2009/2010 können die Studierenden aus folgenden Angeboten wählen:

- Organisationskommunikation
- Journalismus
- Innovatives Wissensmanagement in Organisationen

Medienformen

Power-Point-Präsentationen, Skripte, Social Software/Media zur kollaborativen Wissenserarbeitung

Literatur

Wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Fachpraktikum

Fachabschluss: Studienleistung alternativ

Art der Notengebung: Testat unbenotet

Sprache: Deutsch, auf Nachfrage Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganztätig

Fachnummer: 1059

Prüfungsnummer: 2400266

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 23			Workload (h):690			Anteil Selbststudium (h):690			SWS:0.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2556																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
													16 Wo.																	

Lernergebnisse / Kompetenzen

Das Fachpraktikum befähigt die Studierenden, die im Studium erworbenen theoretischen Kenntnisse im berufspraktischen Kontext auf reale Problemstellungen anzuwenden und sich so auf die praktische Berufswelt vorzubereiten. Fachliches und fachübergreifendes Wissen sollen erprobt und angewandt werden. Weiterhin sollen die Studierenden die Sozialstruktur des Praktikumsunternehmens kennenlernen und soziale sowie kommunikative Kompetenzen vertiefen.

Vorkenntnisse

Grundlegende berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten, insbesondere aus den Angeboten der Wahlpflichtfächer "Organisationskommunikation/Journalismus" und "Medienproduktion/Medienmanagement"

Inhalt

Das Fachpraktikum mit einer Dauer von mindestens 22 Wochen dient der Überprüfung, Anwendung und Vertiefung bzw. Erweiterung bisher erworbenen Wissens und erworbener Fähigkeiten unter den Bedingungen eines späteren beruflichen Einsatzfeldes. Es umfasst Tätigkeiten in medialen Arbeitsprozessen und -methoden und orientiert sich an einem dem Erkenntnisstand entsprechenden Niveau. Daneben macht das Praktikum mit organisatorischen und sozialen Verhältnissen in Unternehmen und anderen Organisationen bekannt und führt die Studierenden an spätere berufliche Tätigkeiten heran.

Medienformen

selbstständige Recherche bzw. Bekanntgabe im Praktikumsbetrieb

Literatur

selbstständige Recherche bzw. Bekanntgabe im Praktikumsbetrieb

Detaillangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Forschungsseminar

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch und Englisch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganztätig

Fachnummer: 8319

Prüfungsnummer: 2400256

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):188			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2554																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																0 2 0														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, ihr grundlegendes fachliches und methodisches Wissen anzuwenden, um thematisch begrenzte Problemstellungen empirisch zu untersuchen. Sie können unter Anwendung der grundlegenden empirischen Methoden eigene Daten erheben und auswerten. Sie können die empirischen Befunde interpretieren und Lösungsempfehlungen geben.

Vorkenntnisse

Qualitative und Quantitative Methoden der empirischen Kommunikationsforschung; medientheoretisches und kommunikationswissenschaftliches Grundlagenwissen, medientechnisches und informatisches Grundlagenwissen, medienwirtschaftliches Grundlagenwissen

Inhalt

Forschungsseminare zielen auf die Festigung und Vertiefung von empirischer Methodenkompetenz sowie wissenschaftstheoretischen Grundlagenwissens anhand praktischer Beispiele. Studierende werden in die Lage versetzt, empirische Studien zu verstehen und zu beurteilen sowie eigene Daten zu erheben und auszuwerten. Das Angebotsspektrum für dieses Wahlpflichtfach orientiert sich am Ilmenauer Modell der Medienausbildung und umfasst das Forschungsseminar Medienkommunikation, das Forschungsseminar Medienkonzeption/ Medienproduktion sowie das Forschungsseminar Medienmanagement / E-Business. Die konkreten Themenstellungen jedes Angebots werden rechtzeitig vor Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

siehe Modulbeschreibung

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Medienprojekt

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ 1 Jahre Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch, auf Nachfrage Englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganztätig

Fachnummer: 8320

Prüfungsnummer: 2400258

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 11			Workload (h):330			Anteil Selbststudium (h):330			SWS:0.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2556																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
													210 h			120 h														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Mit dem Medienprojekt zeigt der Studierende, dass er die wesentlichen Theorien und Methoden der von ihm gewählten berufsfeldorientierenden Angebote verstanden hat und auf eine praxisnahe Problemstellung weitgehend selbstständig anwenden kann. Er ist in der Lage, die in der Problemstellung vorhandene medienwissenschaftliche Themenstellungen herauszuarbeiten, zu untersuchen sowie Lösungen zu erarbeiten und zu bewerten. Darüber hinaus entwickelt der Studierende seine sozialen Kompetenzen, insbesondere die Fähigkeit zur Teamarbeit, sowie im Rahmen fachübergreifender Themenstellungen seine Schnittstellen- und Transferkompetenz.

Vorkenntnisse

berufsfeldspezifische Grundkenntnisse, insbesondere aus den Angeboten der Wahlpflichtfächer "Organisationskommunikation/Journalismus" und "Medienproduktion/ Medienmanagement"

Inhalt

Das Medienprojekt hat das Ziel, medienwissenschaftliche Themenstellungen auszuarbeiten, zu untersuchen und Lösungen zu erarbeiten. Es ist in der Regel langfristig angelegt, wird von einzelnen Studierenden oder von kleinen Gruppen bearbeitet und dient auch der Entwicklung der Fähigkeit zur Teamarbeit. Fachübergreifende Themenstellungen sind beim Medienprojekt erwünscht, insbesondere solche in Verbindung mit den Bachelor-Studiengängen Medientechnologie und Medienwirtschaft.

Medienformen

ist selbst zu recherchieren bzw. zu erarbeiten

Literatur

ist selbst zu recherchieren

Detailangaben zum Abschluss

Neben dem Ergebnis des zu realisierenden Projekts wird eine maschinenschriftliche Dokumentation (max. 50 Seiten) des Projektverlaufs erwartet (Projektbericht).

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

ACHTUNG: Fach bzw. Modul wird nicht mehr angeboten!

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Modul: Kompetenzfeld Informations- und Medientechnik sowie Informatik

Mathematisch-technische Grundlagen

Fachabschluss: Studienleistung alternativ

Art der Notengebung: Testat / Generierte

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 7417

Prüfungsnummer: 2400261

Fachverantwortlich: Dr. Erhard Hexel

Leistungspunkte: 5			Workload (h):150			Anteil Selbststudium (h):105			SWS:4.0																					
Fakultät für Mathematik und Naturwissenschaften									Fachgebiet:241																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	2	0																											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vorkenntnisse

Inhalt

Medienformen

Literatur

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Elektronische Dokumente

Fachabschluss: Studienleistung alternativ

Art der Notengebung: Testat / Generierte

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 8325

Prüfungsnummer: 2400262

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 2			Workload (h):60			Anteil Selbststudium (h):38			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2557																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				1	0	1																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Angesichts der zunehmenden Bedeutung computervermittelter Kommunikation erkennen die Studierenden die Notwendigkeit zur Strukturierung digitaler Dokumente. Sie verstehen die derzeit üblichen Konzepte zur Strukturierung digitaler Textdokumente und besitzen Überblickswissen zur Strukturierung von Multimedia-Dokumenten sowie zur kollaborativen Erstellung und Bearbeitung digitaler Dokumente. Sie können die wesentlichen Applikationen und Techniken zur Erstellung von elektronischen Dokumenten für die Publikation im WWW sowie als Printproduktion oder VR-Modell anwenden.

Vorkenntnisse

Die Studierenden sollten schon einmal einen Rechner (PC oder Laptop) zur Erstellung eines Textdokumentes und/oder einer Web-Seite verwendet haben.

Inhalt

Die Vorlesung führt in die Grundlagen der Erstellung elektronischer Dokumenten ein. Die Notwendigkeit zur Strukturierung solcher Dokumente wird dabei als zentrales Moment herausgestellt. Konkret fokussiert werden Office-(Text-) Dokumente, statische Webseiten (HTML-Dokumente) sowie Beschreibungen virtueller Welten, (VRML- bzw. X3D-Dokumente). Vorlesungsbegleitend erfolgt eine praktische Annäherung an das Themengebiet durch die Arbeit an konkreten Aufgabenstellungen aus den Bereichen DTP, Webdesign, VR-Modellierung. Veranstaltungsbegleitend entwickeln die Studierenden auch ihre Kompetenz in Bezug auf Web 2.0-Anwendungen weiter. Sie erhalten so einen vertieften Einblick in die Möglichkeiten, die sich aus der Strukturierung elektronischer Dokumente ergeben. Am Ende der Veranstaltung sind den Studierenden Zusammenhänge in der Arbeit mit Informationstechnologien, Interaktionstechniken mit verschiedenen Oberflächen, Anwendungen und Betriebssystemen sowie Anwendungen für verschiedene manipulative Zwecke (Text- und Bildverarbeitung, Dateimanagement, Web-Publishing und Präsentationen) vertraut.

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

Wilhelm, Reinhard; Heckmann, Reinhold (1996): Grundlagen der Dokumentenverarbeitung. Addison Wesley, Bonn, Reading MA usw. 1996, 274 S. Henning, Peter A. (2000): Taschenbuch Multimedia. Fachbuchverlag Leipzig, Carl Hanser, München usw. 2000, 580 S.

Detailangaben zum Abschluss

benotet, Klausur

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Algorithmen und Programmierung

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich

Art der Notengebung: Testat / Generierte

Sprache: keine Angabe

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 8327

Prüfungsnummer: 2200183

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Kai-Uwe Sattler

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):86			SWS:3.0																					
Fakultät für Informatik und Automatisierung									Fachgebiet:2254																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2 1 0																							

Lernergebnisse / Kompetenzen

Nachdem Studierende diese Veranstaltung besucht haben, können sie die Grundlagen algorithmischer Modelle beschreiben und verstehen die Wirkungsweise von Standardalgorithmen und klassischen Datenstrukturen. Sie sind in der Lage, kleinere Programme zu entwerfen sowie in der Programmiersprache Java zu implementieren und dabei Algorithmenmuster anzuwenden.

Die Studierenden sind in der Lage, algorithmische Lösungen hinsichtlich ihrer Eigenschaften und Anwendbarkeit für konkrete Problemstellungen zu bewerten und in eigenen Programmierprojekten anzuwenden.

Vorkenntnisse

Abiturwissen

Inhalt

Historie, Grundbegriffe, Grundkonzepte von Java; Algorithmenbegriff, Sprachen & Grammatiken, Datentypen; Struktur von Java-Programmen, Anweisungen; Entwurf von Algorithmen; Applikative und imperative Algorithmenparadigmen; Berechenbarkeit und Komplexität; Ausgewählte Algorithmen: Suchen und Sortieren; Algorithmenmuster: Rekursion, Greedy, Backtracking; Abstrakte Datentypen und Objektorientierung; Listen, Bäume, Hashtabellen

Medienformen

Vorlesung mit Präsentation und Tafel, Handouts, Moodle

Literatur

Saake, Sattler: Algorithmen und Datenstrukturen: Eine Einführung mit Java, 4. Auflage, dpunkt-Verlag, 2010

Detaillangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfung (90 min)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Angewandte Medientechnik

Fachabschluss: Prüfungsleistung generiert 120 min

Art der Notengebung: Generierte Noten

Sprache:deutsch

Pflichtkennz.:Pflichtfach

Turnus:Wintersemester

Fachnummer: 8324

Prüfungsnummer:210203

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Alexander Gerd Raake

Leistungspunkte: 5			Workload (h):150			Anteil Selbststudium (h):105			SWS:4.0																					
Fakultät für Elektrotechnik und Informationstechnik									Fachgebiet:2182																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	2	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden lernen die Grundlagen der auditiven und visuellen Wahrnehmung und deren Leistung und Grenzen für medientechnische Systeme kennen. Im Weiteren werden Verfahren und Geräte zur Medienein- und -ausgabe, zur Medienbearbeitung, zur Übertragung sowie zur Speicherung von elektronischen Medien erläutert. Damit werden die Studierenden in die Lage versetzt auditive und visuelle Systeme hinsichtlich ihrer technischen Leistungsfähigkeit und ihrer ökonomischen Effizienz für die verschiedenen Anwendungen bewerten zu können. Das Ziel des Praktikums besteht in der Erweiterung und Vertiefung theoretischer Erkenntnisse, dem Erwerb praktischer Fähigkeiten und grundlegender Fertigkeiten im Umgang mit Geräten der Audio- und Videotechnik. Die Studierenden sind in der Lage, Audio- und Videoaufnahme- und -schnittssysteme anzuwenden.

Vorkenntnisse

Abiturstoff

Inhalt

Die Studierenden lernen die Grundlagen der auditiven und visuellen Wahrnehmung und deren Leistung und Grenzen für medientechnische Systeme kennen. Im Weiteren werden Verfahren und Geräte zur Medienein- und -ausgabe sowie zur Bearbeitung und Speicherung von elektronischen Medien erläutert.

Medienformen

Vorlesung mit Präsentation und Tafelbild, technische Vorführungen

Literatur

- A. Holzinger: Basiswissen Multimedia (Band 1: Technik), Vogel Buchverlag, Würzburg 2002, ISBN 3-8023-1914-1
- R. Malaka, A. Butz, H. Hußmann: Medieninformatik - Eine Einführung, Pearson Studium München 2009, ISBN 978-3-8273-7353-3
- P. A. Henning: Taschenbuch Multimedia, Hanser Fachbuch 2007, ISBN 3-4464-09718
- U. Schmidt: Digitale Film- und Videotechnik, Carl Hanser Verlag München 2008, ISBN 978-3-446-41250-7
- J. Friedrich: Tontechnik für Mediengestalter: Töne hören - Technik verstehen - Medien gestalten; Springer-Verlag Berlin (X.media.press) 2008, ISBN 978-3-540-71869-7 (9,95 €)
- Th. Görne: Tontechnik; Carl Hanser Verlag München 2011, ISBN 978-3-446-42395-4

Detailangaben zum Abschluss

Das Fach wird mit einer 120-minütigen schriftlichen Prüfung und dem Nachweis der erfolgreichen Teilnahme am Praktikum abgeschlossen. Die Noten aus der schriftlichen Prüfung und dem Praktikum werden entsprechend ihres Gewichtes (Anzahl der Leistungspunkte) zur Endnote zusammen gefasst.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Multimedia-Tools

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 8326

Prüfungsnummer: 2100203

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Gerald Schuller

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):86			SWS:3.0																					
Fakultät für Elektrotechnik und Informationstechnik									Fachgebiet:2184																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 0 1																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studenten kennen und verstehen die im Bereich der Medientechnik verwendeten Tools.

Vorkenntnisse

Angewandte Medientechnik

Inhalt

Es werden die aktuellen, im Bereich der Medientechnik verwendeten Tools, im Überblick vorgestellt.

Die Spannweite reicht von derzeit im Einsatz befindlichen Internetprotokollen bis zu ausgewählten Codierv Verfahren.

Die behandelten Codierv Verfahren sind Bestandteil der Software aktueller Geräte des Audio- und Videobereichs. Themenschwerpunkte der Vorlesung sind:

- Grundlagen des Internets
- Audiocodierung
- Bildcodierung
- Videocodierung
- Computergrafik
- Computeranimation
- Streaming im Internet
- Container Formate
- Metadaten
- Digitaler Rundfunk

Medienformen

Beamer

Literatur

siehe Web-Site des Faches auf dem Server des IMT

<http://www.tu-ilmenau.de/mt/lehrveranstaltungen/andere-studiengaenge/multimediatools/>

Detailangaben zum Abschluss

Sommersemester (reguläre LV):

Die alternative Prüfungsleistung umfasst zu gleichen Teilen (je 1/3) die Bewertungen von 2 schriftlichen Tests (Mitte des Semesters + Ende des Semesters) sowie die Bearbeitung von Hausaufgaben.

Wintersemester:

Es findet eine Klausur statt (90 Minuten) als Nach- und Wiederholungsoption für die o.g. 2 schriftlichen Tests (Mitte des Semesters + Ende des Semesters). Die Klausur geht zu 2/3 in die Modulnote ein, 1/3 ergibt sich aus den Hausaufgaben, die zuvor im regulären LV-Semester erbracht werden müssen. Hausaufgaben bleiben für 2 weitere Semester nach dem Erbringen gültig.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
Master Medienwirtschaft 2014
Master Medienwirtschaft 2015
Master Medienwirtschaft 2018

Informations- und Kommunikationssysteme

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 7446

Prüfungsnummer: 2200184

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Kai-Uwe Sattler

Leistungspunkte: 4			Workload (h):120			Anteil Selbststudium (h):86			SWS:3.0																							
Fakultät für Informatik und Automatisierung									Fachgebiet:2254																							
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS				
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P		
																2			1			0										

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verstehen die (theoretischen) Grundlagen von Datenbanksystemen und deren Anwendungen - insbesondere zur Datenmodellierung und zu Abfragesprachen. Weiterhin verstehen sie den Aufbau und die Funktionsweise von Netzen, insbesondere des Internet. Sie kennen wichtige Aspekte der umfangreichen Funktionalität von Datenbanksystemen. Zudem sind sie in der Lage, einfache Protokollfunktionen zu spezifizieren und in Programmfragmente umzusetzen. Sie kennen die Darstellung von Protokollabläufen in Form von Message Sequence Charts und können gültige Protokollabläufe auf der Grundlage von Zustandsautomaten nachvollziehen. Sie können die Anforderungen, die eine Multimediaanwendung an die Protokollfunktionalität stellt, analysieren und verstehen die spezifischen Besonderheiten der Nutzung von Datenbanksystemen für multimediale Daten und Anwendungen im Web. Die Studierenden verstehen das grundsätzliche Zusammenwirken der Komponenten eines vernetzten (datenbankbasierten) technischen Systems.

Vorkenntnisse

Grundlagen der Informatik

Inhalt

Es werden (theoretische) Grundlagen von Datenbanksystemen und deren Anwendungen - insbesondere zur Datenmodellierung und zu Abfragesprachen - vermittelt. Wichtige Aspekte der umfangreichen Funktionalität von Datenbanksystemen werden kurz vorgestellt. Ein weiterer Teil des Inhaltes ist der Nutzung von Datenbanksystemen für multimediale Daten und Anwendungen im Web gewidmet. Die Inhalte sind ausgerichtet auf reine Anwender.

Medienformen

Vorlesungspräsentation, Foliensätze und Arbeitsblätter, Lehrbuch

Literatur

A. S. Tanenbaum. Computernetzwerke. Pearson Education. J. F. Kurose, K. W. Ross. Computernetze. Pearson Education. Heuer, A., Saake, G., Sattler, K.; Datenbanken kompakt., 2. Aufl., mitp-Verlag, Bonn, 2003 Heuer, A., Saake, G.: Datenbanken - Konzepte und Sprachen. 2. Aufl., mitp-Verlag, Bonn, Januar 2000 Kemper, A.; Eickler, A.; Datenbanksysteme. Eine Einführung. Oldenbourg- Verlag, 2001 Elmasri, R.; Navathe, S. B.; Grundlagen von Datenbanksystemen. Pearson Studium, 2002

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfung (90 min)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Marketing 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 727 Prüfungsnummer: 2500015

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 2		Workload (h):60		Anteil Selbststudium (h):38		SWS:2.0																											
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien						Fachgebiet:2523																											
SWS nach Fach- semester	1.FS		2.FS		3.FS		4.FS		5.FS		6.FS		7.FS		8.FS		9.FS		10.FS														
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	0	0																														

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen und verstehen Marketing im Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung. Sie erwerben grundlegende Kenntnisse zum Marketingmanagement, zu Grundlagen und Zielen des Marketings, zu Marketingstrategien und zur Umsetzung durch Marketinginstrumente (Fachkompetenz). Anhand von Beispielen sowie Fallstudienübungen entwickeln sie Kompetenzen, Markt- und Kundenbeziehungen zu analysieren und durch einen zielführenden Einsatz des Marketinginstrumentariums geeignete Marketingmaßnahmen zu entwickeln und zu präsentieren (Methodenkompetenz).

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

- Grundlagen und Definition von Marketing
- Konsumentenverhalten
- Marktforschung
- Marketingstrategien
- Marketingmix

Medienformen

begleitendes Skript, Power-Point-Präsentationen

Literatur

Homburg, C. (2016): Marketingmanagement. Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. 6. Aufl., Wiesbaden.

Detailangaben zum Abschluss

Vergabe von Bonuspunkten bis max. 10 % der in der Klausur erreichbaren Punkte durch aktive Teilnahme an der Fallstudienübung.

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
Bachelor Informatik 2010
Bachelor Informatik 2013
Bachelor Mathematik 2013
Bachelor Mechatronik 2008
Bachelor Medientechnologie 2008
Bachelor Medientechnologie 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2009
Bachelor Medienwirtschaft 2010
Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2008 Vertiefung
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2008 Vertiefung
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2010
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2009
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2010
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2011
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Testat / Generierte
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Prüfungsnummer:2500009

Leistungspunkte: 2	Workload (h):60	Anteil Selbststudium (h):38	SWS:2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2562

[illegible]

Die Studierenden werden befähigt, die Grundlagen des Rechts, dessen Aufgaben, Wirkungsweise und Grenzen (begriffliches Wissen) zu verstehen. Sie sollen nach dem Besuch der Veranstaltung in der Lage sein, die verschiedenen Rechtsgebiete voneinander abzugrenzen sowie das Recht der obersten Staatsorgane und die Staatsprinzipien (begriffliches Wissen) sowie die Methodik des deutschen Rechts (verfahrensorientiertes Wissen) anzuwenden. Letztlich lernen sie Teilbereiche des Zivilrechts, Verwaltungsrechts und Europarechts kennen (Faktenwissen). Hierdurch werden sie in die Lage versetzt, Erfolgsaussichten von Rechtsstreitigkeiten grob einzuschätzen und sich mit Juristen auf fachlicher Ebene austauschen zu können.

keine

- A. Hinweise zu Unterlagen und Rechtstexten
- B. Einführung
 - I. Zur Bedeutung rechtlicher Grundlagenkenntnisse
 - II. Hilfsmittel
 - III. Grundlagen und Methoden wissenschaftlichen Arbeitens
 - IV. Aufgaben, Wirkungsweise und Grenzen des Rechts
 - V. Methoden des Rechts
- C. Staatsprinzipien
 - I. Überblick
 - II. Die Staatsprinzipien im Einzelnen
- D. Gesetzgebungskompetenzen
- E. Oberste Staatsorgane
 - I. Bundestag
 - II. Bundesrat
 - III. Bundesregierung
 - IV. Bundespräsident
- F. Grundrechte
 - I. Bedeutung und Arten von Grundrechten
 - II. Anwendungsbereich der Grundrechte
 - III. Grundrechtsadressaten
 - IV. Drittwirkung von Grundrechten
- G. Überblick: Verwaltungsrecht
- H. Überblick: Recht der Europäischen Union
 - I. Grundlagen
 - II. Primär- und Sekundärrecht
 - III. Die EU-Organe im Überblick
- J. Grundlagen des BGB
 - I. Überblick über die "Bücher" des BGB
 - II. Grundlagen des Vertragsschlusses/ Allgemeiner Teil des BGB
 - III. Hinweise zum Schuldrecht - Allgemeiner Teil
 - IV. Hinweise zum Schuldrecht - Besonderer Teil
 - V. Hinweise zum Sachenrecht/ Familienrecht/ Erbrecht

Medienformen

vorlesungsbegleitende Skripte

Literatur

Degenhart, Christoph: Staatsrecht 1. Staatsorganisationsrecht, 32. Aufl. 2016

Detterbeck, Steffen: Öffentliches Recht: Staatsrecht, Verwaltungsrecht, Europarecht mit Übungsfällen, 10. Aufl. 2015

Haug, Volker: Staats- und Verwaltungsrecht: Fallbearbeitung, Übersichten, Schemata, 8. Aufl. 2013

Jung, Jost: BGB Allgemeiner Teil. Der Allgemeine Teil des BGB, 5. Aufl. 2016

Katz, Alfred: Grundkurs im Öffentlichen Recht, 18. Aufl. 2010

Maurer, Hartmut: Staatsrecht I: Grundlagen, Verfassungsorgane, Staatsfunktionen, 7. Aufl. 2016

Sodan, Helge/ Ziekow, Jan: Grundkurs Öffentliches Recht: Staats- und Verwaltungsrecht, 7. Aufl. 2016

Zippelius, Reinhold: Einführung in das Recht, 6. Aufl. 2011

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Informatik 2010

Bachelor Informatik 2013

Bachelor Maschinenbau 2008

Bachelor Mechatronik 2008

Bachelor Medientechnologie 2008

Bachelor Medientechnologie 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2009

Bachelor Medienwirtschaft 2010

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Bachelor Optronik 2008

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2008 Vertiefung

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2008 Vertiefung

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung

Bachelor Werkstoffwissenschaft 2009

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2010

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2009

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2010

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2011

Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013

Master Biotechnische Chemie 2016

Master Technische Physik 2013

Grundlagen der VWL

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich

Art der Notengebung: Testat / Generierte

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 549

Prüfungsnummer: 2500116

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Fritz Söllner

Leistungspunkte: 3			Workload (h):90			Anteil Selbststudium (h):56			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2543																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	1	0																								

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die Grundlagen volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und besitzen erste mikroökonomische Kenntnisse. Darüber hinaus verstehen sie die Rolle der Wirtschaftspolitik in der Gesellschaft.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

In der Veranstaltung werden die Grundlagen volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und mikroökonomische Kenntnisse anhand folgender Gliederung vermittelt: I. Einführung 1. Wirtschaft 2. Volkswirtschaft 3. Volkswirtschaftslehre II. Die Grundprobleme des Wirtschaftens 1. Die Güterproduktion in einer Periode 2. Die Güterproduktion über mehrere Perioden 3. Wirtschaftssysteme III. Wettbewerb und Marktwirtschaft 1. Die Preisbildung auf Märkten 2. Die Nachfrage durch Haushalte 3. Das Angebot durch Unternehmen 4. Die Lenkungsfunction der Preise IV. Wirtschaftspolitik 1. Wettbewerbspolitik 2. Die Versorgung mit öffentlichen Gütern 3. Umverteilungspolitik 4. Konjunkturpolitik

Medienformen

keine

Literatur

Bartling, H. und Luzius, F. (2008): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 16. Aufl., München: Vahlen. Siebert, H. (2006): Einführung in die Volkswirtschaftslehre, 15. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer. Söllner, F. (2001): Die Geschichte des ökonomischen Denkens, 3. Aufl., Berlin: Springer. Woll, A. (2003): Allgemeine Volkswirtschaftslehre, 14. Aufl., München: Vahlen.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Prüfungsnummer:2500115

Leistungspunkte: 3	Workload (h):90	Anteil Selbststudium (h):56	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2524

[illegible]

Die Studierenden kennen die grundlegenden Denkweisen und Methoden der Betriebswirtschaftslehre (soweit sie nicht in anderen Lehrveranstaltungen vertieft behandelt werden) und können sie in ihren betrieblichen Tätigkeiten kompetenzerweiternd einfließen lassen.

keine

- Die elementaren betrieblichen Produktionsfaktoren
- Unternehmensrechtsformen
- Unternehmenssteuern
- Betriebliches Rechnungswesen
- Betriebliche Finanzwirtschaft
- Unternehmenssteuerung

Presenter/Folien, Skript

Trost, Vorlesungsskript Ausgewählte Teilgebiete der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre
Schmalen/Precht, Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, Schäffer-Poeschel, Stuttgart
Wöhe/Döring, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Vahlen, München

Detailangaben zum Abschluss

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Einführung in das Medienrecht

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 552 Prüfungsnummer: 2500117

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Frank Fechner

Leistungspunkte: 3			Workload (h):90			Anteil Selbststudium (h):56			SWS:3.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2562																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 1 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden werden befähigt, die Grundlagen des Medienrechts zu verstehen (begriffliches Wissen). Dabei lernen sie die medienrelevanten Grundrechte wie die Meinungs- und Informationsfreiheit, die Medienfreiheiten, die Berufs- und Eigentumsfreiheit sowie das allgemeine Persönlichkeitsrecht zu analysieren, d.h. diese Grundrechte rechtswissenschaftlich zu prüfen und abzuwägen (verfahrensorientiertes Wissen). Ferner erlernen die Studierenden die Anwendung der Grundrechte einzelner Medien (Presse, Rundfunk, Multimedia) (begriffliches Wissen). Hierdurch werden die sie in die Lage versetzt, Erfolgsaussichten von medienrechtlichen Rechtsstreitigkeiten grob einzuschätzen und sich mit Juristen auf fachlicher Ebene austauschen zu können.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

- I. Grundlagen des Medienrechts
 1. Verfassungsprinzipien
 2. Grundrechte der Medien
 3. Meinungsfreiheit
 4. Informationsfreiheit
 5. Pressefreiheit
 6. Rundfunkfreiheit
 7. Filmfreiheit
 8. Freiheiten Multimedia
 9. Berufsfreiheit
 10. Eigentumsfreiheit
 11. Grundzüge des Allgemeinen Persönlichkeitsrecht

II. Einzelne Medien

1. Presse
2. Rundfunk
3. Multimediarecht

Medienformen

vorlesungsbegleitende Skripte

Literatur

Lehrbücher

- Branahl, Udo: Medienrecht. Eine Einführung, aktuellste Auflage
Dörr, Dieter/ Schwartmann, Rolf: Medienrecht, aktuellste Auflage
Fechner, Frank: Medienrecht, aktuellste Auflage
Paschke, Marian: Medienrecht, aktuellste Auflage
Petersen, Jens: Medienrecht, aktuellste Auflage
Zur weiteren Vertiefung und zum Nachschlagen einzelner Probleme
Beater, Axel: Medienrecht, aktuellste Auflage
Prinz, Matthias/ Peters, Butz: Medienrecht: Die zivilrechtlichen Ansprüche, aktuellste Auflage
Rechtstext-Ausgaben
Fechner, Frank/ Mayer, Johannes C. (Hrsg.): Medienrecht. Vorschriftensammlung, aktuellste Auflage - Darf in

der Klausur verwendet werden.

Rechtsprechungssammlung

Fechner, Frank: Entscheidungen zum Medienrecht, aktuellste Auflage

Fallsammlungen

Fechner, Frank: Fälle und Lösungen zum Medienrecht, aktuellste Auflage

Peifer, Karl-Nikolaus/ Dörre, Tanja: Übungen im Medienrecht, aktuellste Auflage

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Medientechnologie 2008

Bachelor Medientechnologie 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2009

Bachelor Medienwirtschaft 2010

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Einführung in die Medienökonomie

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 999 Prüfungsnummer: 2500084

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Oliver Budzinski

Leistungspunkte: 2			Workload (h):60			Anteil Selbststudium (h):38			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2541																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 0 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- ökonomische Besonderheiten von Medienmärkten zu identifizieren und ihre Funktionsweise theoriegeleitet zu erläutern,
- allgemeine/grundlegende und spezielle mikroökonomische Konzepte und Modelle (spezielle, angewandte Mikroökonomik; Industrieökonomik) auf Medienmärkte anzuwenden,
- tatsächliche und vermeintliche Marktversagensprobleme (spezielle Theorie der Wirtschaftspolitik) auf Medienmärkten ökonomisch zu analysieren, hinterfragen und beurteilen,
- grundlegende/strukturierte Probleme der Medienökonomik graphisch und mathematisch zu lösen,
- ökonomische Aspekte ausgewählter Phänomene der Digitalisierung zu verstehen, theoriegeleitet zu erläutern und kritisch zu hinterfragen.

Vorkenntnisse

Mikroökonomie

Inhalt

- 1 Einführung
- 2 Ökonomische Besonderheiten von Medienmärkten
 - 2.1 Theorie des Marktversagens als Begründung für Regulierung
 - 2.2 Externalitäten und öffentliche Güter
 - 2.3 Informationsasymmetrien
 - 2.4 Kostenstrukturen und natürliche Monopole
 - 2.5 Wettbewerbsprobleme
 - 2.6 Meritorik, Qualität und Niveau
- 3 Die Ökonomik von Netzwerken und Plattformen
 - 3.1 Netzwerkeffekte
 - 3.2 Grundlagen der Plattformökonomik
 - 3.3 Weiterführende Modelle und Implikationen
- 4 Digitalisierung
 - 4.1 Internet der Dinge
 - 4.2 Smart Consumption
 - 4.3 Smart Production & Industrie 4.0
 - 4.4 Beispiel Autonomes Fahren
- 5 Fazit

Medienformen

PowerPoint-Animation; Gruppenarbeit; Fallstudien; Übungsaufgaben

Literatur

- Dewenter, R. & Rösch, J., Einführung in die neue Ökonomie der Medienmärkte, Wiesbaden: Springer Gabler, Kap. 2 und 5-8.

• Budzinski, O. & Kuchinke, B.A., Industrial Organization of Media Markets and Competition Policy, erscheint in: Handbook Economics and Management of Media and Communication (B. von Rimscha, Hg.), 2019; Prä-Version: <https://ssrn.com/abstract=3251938>.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Medienwirtschaft 2009
Bachelor Medienwirtschaft 2010
Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2015

Medienmanagement 1

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich Art der Notengebung: Testat / Generierte
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 964 Prüfungsnummer: 2400263

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 2			Workload (h):60			Anteil Selbststudium (h):38			SWS:2.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2556																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2 0 0																				

Lernergebnisse / Kompetenzen

Am Ende der Veranstaltung - kennen Sie Besonderheiten von Medienmärkten und Medienunternehmen - erklären Sie medienwirtschaftliche Probleme auf der Grundlage und mit der Hilfe eines gefestigten betriebswirtschaftlichen Fakten-, Theorie- und Methodenwissens - nutzen Sie Ihr Wissen zur Lösung grundlegender medienwirtschaftlicher Aufgabenstellungen - sind Sie in der Lage, neue medienwirtschaftliche Probleme zu charakterisieren und zu strukturieren - beurteilen Sie betriebswirtschaftlich fundiert die Eignung von Lösungsvorschlägen für solche Probleme

Vorkenntnisse

Grundkenntnisse der allgemeinen BWL (aus der Veranstaltung ABWL für AMW)

Inhalt

- Einführung
- Konvergenz
- Konzentration
- Nachfrage
- Angebot
- Werbung
- Zweiseitige Märkte
- Strategie
- Zwei Gastvorträge / Workshops

Medienformen

Vorlesungsfolien werden begleitend online bereitgestellt.

Literatur

- Gläser, Martin: Medienmanagement. München 2008. - Doyle, Gillian: Understanding Media Economics. London 2002. - Homann, Karl; Suchanek, Andreas: Ökonomik – eine Einführung. 2. Auflage, Tübingen 2005. - Kiefer, Marie Luise: Medienökonomik. 2. Auflage, München, Wien 2005. - Gläser, Martin: Medienmanagement. München 2008. - Wirtz, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement. 5. Auflage, Wiesbaden 2006. - Heinrich, Jürgen: Medienökonomie, Band 1, 2. Auflage, Wiesbaden 2001. - Heinrich, Jürgen: Medienökonomie, Band 2. Wiesbaden 1999.

Detailangaben zum Abschluss

Klausur 60 min

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Medienwirtschaft 2013

Projektmanagement

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 7480 Prüfungsnummer: 2400264

Fachverantwortlich: Dipl.-Medienwiss. Anja Solf

Leistungspunkte: 7			Workload (h):210			Anteil Selbststudium (h):176			SWS:3.0																										
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2556																										
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS							
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P					
																1			1			1													

Lernergebnisse / Kompetenzen

1. Kenntnis der Grundbegriffe und Modelle des Projektmanagements 2. Eigenständige Durchführung von Projekten 3. Verbesserung der Teamfähigkeit und Steigerung sozialer Kompetenz 4. Feedback und Input aus der Praxis

Vorkenntnisse

Inhalt

Unternehmens- und Absolventenstudien belegen die Notwendigkeit von Projektmanagementkompetenz im Berufsalltag. Die Vorlesung vermittelt wesentliche Grundbegriffe und Modelle des Projektmanagements. Das Seminar ist ein Angebot, welches die von den Unternehmen geforderte praktische Umsetzung der Projektmanagementmethodik fördert. Es vermittelt die wesentlichen Aspekte des Projektmanagements und wendet sie auf praktische Problemstellungen an. Dabei stehen weniger die theoretische Kenntnis der Literatur als die praktische Anwendung im Mittelpunkt.

Medienformen

Skript und weitere Materialien stehen auf der Veranstaltungswebseite zum Download bereit.

Literatur

Skript (s.o.)

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
Sprache:Deutsch Pflichtkennz.:Pflichtfach Turnus:Wintersemester

Prüfungsnummer:2400265

Leistungspunkte: 4	Workload (h):120	Anteil Selbststudium (h):86	SWS:3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet:2556

SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																			2 1 0											

Nach dieser Veranstaltung sollen Sie ...

- Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur als erfolgskritische Faktoren strategischen Handelns kennen.
- Wettbewerbsstrategien von Medienunternehmen auf Gesamtunternehmensebene und für Geschäftsbereiche formulieren können.
- Marketingstrategien (als die für TIMES-Unternehmen wichtigste funktionale Strategie) erklären können.
- die Rolle von Geschäftsmodellen als Scharnier zwischen strategischem und operativem Bereich beschreiben können.
- die Bedeutung und Ausgestaltung von Organisation und Personalmanagement für Medienunternehmen erklären können.
- Ihr erworbenes Wissen in der Praxis anwenden können.

Kenntnisse der Medienökonomie, des Medienmanagements (z.B. aus der Veranstaltung Medienmanagement I) und der allgemeinen BWL (z.B. aus der Veranstaltung BWL für AMW).

Es handelt sich um eine kombinierte Lehrveranstaltung (3 SWS | 4 LP), bestehend aus Vorlesung und Seminar. Die folgenden thematischen Schwerpunkte werden von den Lehrenden präsentiert, von Ihnen durch die Bearbeitung von Fallstudien vertieft und durch Praxisworkshops ergänzt.

B. Strategisches Management

1. Unternehmenspolitik & -kultur
2. Unternehmensgesamtstrategie & Geschäftsbereichsstrategie
3. Funktionale Strategien
4. Operatives Basiskonzept
5. Organisation & Personal

Vorlesungsfolien werden begleitend online bereitgestellt.

- Albarran, Alan B./Chan-Olmsted, Sylvia M./Wirth, Michael O. (2006): Handbook of Media Management and Economics. New York [u.a.]: Lawrence Erlbaum Assoc. Inc. • Aris, Annet/Bughin, Jacques (2009): Managing Media Companies: Harnessing Creative Value. 2. Auflage, Chichester: John Wiley & Sons.
- Gläser, Martin (2014): Medienmanagement. 3. Auflage, München: Vahlen.
- Küng, Lucy (2008): Strategic Management in the Media: From Theory to Practice. Los Angeles [u. a.]: SAGE Publ. Inc. • Schreyögg, Georg / Koch, Jochen (2010): Grundlagen des Managements: Basiswissen für Studium und Praxis. 2. Auflage, Wiesbaden: Gabler.
- Wrona, Thomas (2005): Die Fallstudienanalyse als wissenschaftliche Forschungsmethode. ESCP-EAP Working Paper Nr. 10, ESCP-EAP Europäische Wirtschaftshochschule Berlin. Online unter: http://www.escpeurope.eu/uploads/media/TW_WP10_02.pdf [10.10.2014]
- Yin, Robert K. (2003): Case Study Research: Design and Methods. 3. Auflage, Sage: Thousand Oaks.
- Schmidt, Leo (2006): Der Fallstudienansatz als Forschungsstrategie. Kapitel 4 in: ders.: Technologie als Prozess. Diss., FU Berlin. Online unter: <http://www.diss.fu-berlin>.

Detailangaben zum Abschluss

- Bearbeitung einer Fallstudie und Präsentation der Ergebnisse
- Einreichung der Fallstudien-Präsentation
- Einreichung der schriftl. Fallstudien-Lösung (10 Seiten)
- Anwesenheitspflicht im Seminarteil (max. zwei entschuldigte Fehltermine möglich)

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Modul: Bachelor-Arbeit, Kandidatenseminar und Kolloquium

Modulnummer: 5090

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden können sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen mit einem Thema eigenständig ausführlich wissenschaftlich auseinanderzusetzen, ihr Vorgehen und ihre Erkenntnisse schriftlich sowie in einem Vortrag darstellen und in der Diskussion verteidigen. Sie sind in der Lage ihr Vorgehen fortwährend zu reflektieren und auf der Basis einer überblicksartigen Darstellung mit einem Fachpublikum zu diskutieren.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

Bachelorarbeit

Fachabschluss: Bachelorarbeit schriftlich 6 Monate Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch, auf Nachfrage Englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 1060 Prüfungsnummer: 99001

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 13			Workload (h):390			Anteil Selbststudium (h):390			SWS:0.0																					
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien									Fachgebiet:2554																					
SWS nach Fach- semester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS			8.FS			9.FS			10.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																			360 h											

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden können sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen mit einem Thema eigenständig ausführlich wissenschaftlich auseinandersetzen, ihr Vorgehen und ihre Erkenntnisse schriftlich sowie in einem Vortrag darstellen und in der Diskussion verteidigen.

Vorkenntnisse

Vertieftes medientheoretisches und kommunikationswissenschaftliches Fach- und Methodenwissen; erweitertes medientechnisches und informatisches Grundlagenwissen; erweitertes medienwirtschaftliches Grundlagenwissen

Inhalt

Mit der das Studium abschließenden Bachelor-Arbeit sollen die Studierenden ihre Fähigkeit unter Beweis stellen, sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen mit einem Thema ausführlich wissenschaftlich auseinanderzusetzen und das Vorgehen sowie die Ergebnisse schriftlich darzustellen.

Medienformen

ist eigenständig zu recherchieren bzw. zu erstellen

Literatur

Handreichung zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft; Weitere Literatur ist eigenständig zu recherchieren

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Arbeit, mündliche Verteidigung 30 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen:

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
 Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
 Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Glossar und Abkürzungsverzeichnis:

LP	Leistungspunkte
SWS	Semesterwochenstunden
FS	Fachsemester
V S P	Angabe verteilt auf Vorlesungen, Seminare, Praktika
N.N.	Nomen nominandum, Platzhalter für eine noch unbekannte Person (wikipedia)
Objekttypen lt. Inhaltsverzeichnis	K=Kompetenzfeld; M=Modul; P,L,U= Fach (Prüfung,Lehrveranstaltung,Unit)